

Bibliografische Beschreibung:

Frey, Martin

Technische Innovationen ermöglichen qualitativ gute Filme mit geringem Budget – 2005 – Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit, 2005

Referat:

Durch die Entwicklung und den Technischen Fortschritt, stehen jungen Filminteressierten neue Möglichkeiten bezüglich Technik, Produktion und Marketing zur Verfügung. Um die Auswirkungen und Neuerungen für Neulinge darzustellen, wird vor allem der Bereich Low-Budget durchleuchtet.

Inhaltsverzeichnis

- 1. Einleitung**
4
- 2. Begriffserklärung Low-Budget**
9
- 3. Geschichte & Situation international im Vergleich zu Deutschland**
17
- 4. Einfluss Low-Budget auf Mainstream**
19
- 5. Die Rolle des Filmfestivals**
24
- 6. Film als Kunstobjekt**
 - 1. Genre & Zielgruppe
27
 - 2. Drehbuch & Kalkulation
29
 - 3. Team & Technik
35
 - 4. Entschluss & Engagement
37
- 7. Presse & Öffentlichkeitsarbeit**
 - 1. Werbemittel
39
 - 2. Veröffentlichung

	42
8. Beispiele für Überraschungserfolge	
	44
9. Analyse der Erfolgskriterien	
	46
10. Tipps & Tricks	
1. Allgemeine	
	49
2. Technische Innovation am Beispiel der EOS 5D Mark II	
	53
3. Weitere Innovationen	
	55
11. Vom No-Name ins Rampenlicht	
	58
12. Fazit	62
13. Literaturverzeichnis	64

1. Einleitung

Nach Jahren des Wachstums stehen alle Sender vor ein und demselben Problem. Die Einschaltquoten sinken beständig und in den Kinokassen sieht es auch nicht besser aus.

Die Werbeeinnahmen der Fernsehsender gehen stetig zurück und Serien, Filmprojekte und Sender sterben langsam aus. Filmunternehmen in Deutschland erwarten weitere Stagnation oder einen weiteren Rückgang des Branchenumsatzes.

Die Finanzkrise betrifft also alle und macht vor der Medienbranche keinen Halt. Viele Investoren sind nicht mehr einfach so bereit, sich auf ein Abenteuer einzulassen was das Thema „Film“ betrifft und so genanntes „Stupid money“, ohne weiteres zu investieren.

Sind etwa die Zeiten des guten Glaubens vorbei?

Alles nur graue Theorie, die Wahrheit sieht in Wirklichkeit gar nicht so schlimm aus. Die Krise zieht zwar nicht an der Medienbranche vorbei, beeinflusst sie aber stark. Die Zeiten haben sich geändert, genauso wie die Gegebenheiten und die Erwartungen der Zuschauer mit den Veränderungen

voran geschritten sind. So sind auch die technischen Innovationen weiter fortgeschritten. Als junger Filmmacher muss man heute viel mehr leisten als früher um gegen das große Aufgebot von Neulingen und Amateuren bestehen zu können. Der immer schwieriger und komplexer werdende Markt von Film- und Fernsehen braucht ein ausgeklügeltes Marketing und neue Geschäftsmodelle, um als junger Filmmacher erfolgreich und kostengünstig da einsteigen zu können. Die Anzahl von Low-Budget-Produktionen nimmt stetig zu, ihre professionelle Vermarktung und ihr damit erhoffter Erfolg, bleiben jedoch nur allzu oft auf der Strecke. Es muss aber nicht zwangsläufig an der Vermarktung liegen, denn nicht jeder schlecht vermarktet Film ist in Wirklichkeit ein Blockbuster. Meistens ist eine Kombination aus verschiedenen Faktoren wie beispielsweise Idee, Farbkomposition, Ton, Genre, allgemeine Vorbereitung und Planung, Team und natürlich die Öffentlichkeitsarbeit, der Grund für die Pleite. Vermarktung ist schon an sich ein eigenes und komplexes Handwerk. Die allgemeinen Instrumente des Marketings lassen sich aber auf alle Branchen wie auch auf Film und Fernsehen übertragen.

Somit steht für Neulinge eine Menge Arbeit und Disziplin um ihr Produkt an den Endverbraucher zu bringen.

Ein erfolgreicher Film fängt zwar im Kopf an, hört aber erst auf der Leinwand oder Mattscheibe auf. Der Traum das fertige Produkt nicht allein im Schnittraum sehen zu müssen, sondern in die Fernsehzeitung zu schauen und es kaum zu erwarten, bis der Film endlich läuft oder mindestens einmal ins Kino zu gehen und Eintritt zu bezahlen, um sein eigenes Werk betrachten zu können, wenn man den Durchbruch geschafft hat. All das, damit man weiterhin diesen Traum leben kann und dafür noch dementsprechend entlohnt wird. „Vom No-Name ins Rampenlicht“. Dazwischen liegt jedoch eine riesige Maschinerie, die es erstmal zu bewerkstelligen gilt. Außerdem hat man für diesen gewagten Versuch nur eine einzige Chance. Denn wenn der Name des Machers erst einmal im Vor- oder Abspann steht, ist er schon kein Unbekannter mehr und muss somit seinen ersten Misserfolg verbuchen, wenn sein Vorhaben nicht ankam. An was der gewünschte Erfolg scheitern kann und wie man am besten

vorgehen sollte, um das weitestgehend zu vermeiden, werde ich in meiner These „Technische Innovationen ermöglichen qualitativ gute Filme mit geringem Budget“ in verschiedenen Punkten genau durchleuchten.

Das ist zwar keine Garantie für künftige Erfolge, sollte sie aber bedeutend wahrscheinlicher machen. Es gibt viel Potenzial und Talent, aber nur wenige haben den Mut und die Möglichkeiten es um zu setzten.

„Es ist natürlich Unsinn, nur vom Low-Budget-Film die Erneuerung des Kinos zu erwarten.“¹

Das soll aber auch nicht heißen, dass eine teure Produktion automatisch mit Ruhm und Erfolg verbunden ist. Denn mit einer alten und etwas umgeschriebenen Geschichte, aber mit vielen teuren Spezial-Effekten verpackt und hoch angepriesen, können auch teure Produktionen fehlschlagen.² Andererseits können sie auch innovativ sein und jungen Filmemachern neue Möglichkeiten und Türen zeigen sowie öffnen.

In unserer heutigen Zeit, mit der weit fortgeschrittenen

¹ Low-Budget-Filme Seite 9

² vgl. Superman Returns 2006

Technik, vor allem im Bereich der Film- und Videotechnik sowie in der Postproduktion und den verschiedenen Tutorielles im Internet, ist das Grundfundament schon gelegt, doch was daraus gemacht wird liegt ganz allein in eigenen Händen.

„Doch unser Kino beweist uns Abend für Abend, dass das Unmögliche möglich ist.“ ³

³ Low-Budget-Filme Seite 9

14. Begriffserklärung Low-Budget am Film „Reservoir Dogs“

Wenn wir von „Low-Budget-Filmen“ sprechen, meinen wir in erster Linie kostengünstig produzierte Spielfilme. Trotzdem sollten diese auf Grund ihres niedrigen Budgets einen gewissen Grad an Qualität vorweisen können und am besten ein breites Spektrum an Zuschauern ansprechen und auch erreichen. Also genauso wie sein älterer und teurer Bruder „High-Budget“.

Eine kostengünstige Produktion sollte nicht unbedingt auf eine kleine Sparte der vorhandenen Zielgruppe zielen und uninteressante oder veraltete Themen aufgreifen. Sie sollte eher für eine breitere Masse zugeschnitten sein und alle Anforderungen einer großen Produktion erfüllen. Es gibt aber auch genügend Nischenfilme, die nur für ein bestimmtes Milieu geschrieben und produziert werden. Es ist bestimmt erheblich schwieriger den Nerv dieser Zielgruppe zu treffen, da sie sehr spezifisch ist.

Auf jeden Fall sollte die Produktion zumindest ein verbreitetes Interesse wecken können um Aufmerksamkeit zu bekommen.

Quentin Tarantinos Regiedebüt „Reservoir Dogs“ mit dem unsäglichen deutschen Titel „Wilde Hunde“ ist ein ideales Beispiel für diese Art von Film. Innovation in Verbindung mit geringem Budget, verpackt in ein Gangster-Drama. Ist zwar nicht jedermanns Geschmack, aber interessant genug um es sich anzuschauen und die gewünschte Aufmerksamkeit auf sich zu lenken.

Im europäischen MEDIA-Programm werden Projekte mit Produktionskosten bis zu einer Höhe von € 1,5 Mio. als Low-Budget definiert, in die auch Tarantinos Debütfilm fällt. Andere behaupten Low-Budget Produktionen fangen bei € 7.500 an und gehen bis zu etwa € 250.000.⁴ Quentin Tarantinos Budget wurde offiziell in einer Größenordnung von \$ 30.000 verbucht. Aber ohne die Hilfe von Harvey Keitel und anderer Freunden von Tarantino wäre der Film vermutlich nie entstanden und auf ein Budget von ca. 1,5 Mio. gekommen.⁵ Wie viele von den bekannten Schauspielern unter ihrem eigentlichen Lohn abgedreht wurden bleibt unklar, klar ist jedoch das dieser Film damals

⁴ vgl. <http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>

⁵ vgl. <http://www.imdb.com/title/tt0105236/trivia>

genau den Nerv der Zeit getroffen hat und zu Tarantinos Durchbruch wurde.

Letzt endlich bleibt auch ungewiss in welchem Rahmen sich ein Low-Budget-Film bewegen kann und ab wann er zu einem High-Budget-Film wird. Ein in Hollywood produzierter Low-Budget Film kann in Deutschland oder sogar in Europa ein High oder Normal-Budget Film sein.

Lola rennt (1998) hatte damals ein Budget von ca. DM 3.000.000, also umgerechnet € 1,5 und schneidet die offizielle Grenze zwischen Low- und High-Budget.⁶ Somit ist die genaue Definition und Zuteilung nicht pauschalisierbar und schwankt teilweise sehr heftig zwischen den einzelnen Produktionsländern.

Nicht zu verwechseln ist ein Film, dessen verwendetes Budget gegen Null tendiert. Das ist in der Regel ein typischer Amateurfilm und wird auch als „No-Budget-Film“ bezeichnet. Zu vergleichen mit Urlaubsaufnahmen und kläglichen Versuchen im Studium oder mit ein paar wenigen Freunden und der Kamera von Papa eine lustigen Streifen zu

⁶ vgl. <http://www.amertin.de/aufsatz/2002/lola.htm>

drehen, den letztendlich nur die engsten Freunde und evtl. Verwandte verstehen können. Diese Filme fallen eher in die Sparte „Insider Filme“ und haben nichts mit einer ernsthaften Produktion zu tun. Deshalb werden sie hier auch keine Beachtung finden. Andererseits gibt es auch eine Menge solcher Produktionen die trotz dieser Umstände den Weg zur Öffentlichkeit gefunden haben und gerne als Nischenproduktionen bezeichnet werden.

„Wenn ein No-Budget-Werk zur Aufführung gelangt, ist man trotz des Bewusstseins, dass hier vermutlich ein ganzes Team ohne Bezahlung bei Verpflegung mit Butterkeksen und Wasser Tag und Nacht bis zur Erschöpfung geschuftet hat, nicht bereit, die zahllosen Schwächen zu übersehen.“ ⁷

Die Wortkonstruktion „No-Budget“ ist eine schlichte Realitätsverschiebung, weil es in Wirklichkeit noch nie jemand geschafft hat, komplett ohne Geld einen ernsthaften Film zustande zu bringen.

„Demnach kosten also No-Budget-Produktionen bis maximal 15.000 DM (in Euro die Hälfte), wichtiges Kennzeichen: alle Beteiligten arbeiten unentgeltlich mit (Profis, wohlgemerkt!),

⁷ http://www.movie-college.de/filmschule/produktion/no_budget.htm

bezahlt wird höchstens das Material (Filmmaterial und dessen Entwicklung, Videokassetten, Kosten für Licht, Fahrzeuge und Catering).“⁸

Der Hauptunterschied zwischen einer Low-Budget und High-Budget Produktion liegt, wie schon erwähnt, im verfügbaren Budget. Im Vergleich zu Deutschland geht es in Hollywood um unzählige Millionen. Denn nach oben hin sind meist keine Grenzen gesetzt. Mit dem Gehalt eines einzigen Schauspielers oder Regisseurs von einer übersteuerten Filmproduktion in Hollywood, könnte man in Europa vermutlich mehrere Low- oder Normal- Budget Filme drehen. Mit dem Gehalt aller professionellen Darsteller einer Produktion sogar eine ganze Serie. Teure Produktionen ab \$ 100 Mio. gibt es in Hollywood seit über 20 Jahren. Filme wie Terminator 2 – Tag der Abrechnung (1991) mit \$ 100 Mio., Titanic (1997) mit \$ 200 Mio. oder Fluch der Karibik 3 (2007) mit \$ 300 Mio. sind keine Seltenheit mehr.⁹

Nicht jede dieser Produktionen ist von der Story und Aussagekraft gut genug um das Budget wieder einzuspielen. Trotzdem hinterlässt uns unser Vorbild aus Übersee, große

⁸ <http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>

⁹ vgl. <http://www.insidekino.de/TOPOderFLOP/TOPBudgetAllTime.htm>

Fußstapfen mit seinen berühmten Weltstars und sagenhaften Effekten und Kulissen.

Aber genau hier liegt der, um Tarantinos Debütfilm zu zitieren, „Wilde Hund“ begraben. Welchen Nutzen hat der Zuschauer wenn er zwar nicht mehr aus dem Staunen herauskommen, aber nach dem Ende des Films den Kinosaal so verlässt wie er ihn vorher betreten hat.

Er hat zwar eine gute Unterhaltung geboten bekommen, nimmt aber nicht sonderlich viel mit. Fernsehen ist Unterhaltung, aber Kino ist Erlebnis. Deshalb sollte das gegebene Budget nicht die Qualität des Films, in der Rolle als Erlebnis, von etwas noch nie Gesehenem oder Gehörtem beeinträchtigen. Vielmehr das Außenrum wie die Qualität der Technik, die unbekannten Schauspieler und einfache Kulissen und Drehorte.

An dem Beispiel „Die zwölf Geschworenen“ kann man sehr gut erkennen, dass ein Film mit einem geschätzten Budget von ca. \$ 350.000 und der fast¹⁰ ausschließlich in einem Raum gespielten Handlung, ein so großer Erfolg werden

¹⁰ <http://www.imdb.de/title/tt0050083/business>

kann.

Anstatt das sich die Zuschauer nur über die Effekte unterhalten, sollten sie eigentlich tiefer in die Materie eindringen. Situationen und Emotionen anders als sein gegenüber zu interpretieren um anschließend eine Diskussion über die Aussage und den Hintergrund des Regisseurs und Autors zu führen. Gute Filme, egal ob High- oder Low-Budget, bleiben den Menschen in Erinnerung und können ihnen teilweise helfen Ding und Geschehnisse in der Welt besser zu verstehen und kennen zu lernen. Wir lernen vor allem unbewusst von Filmen, aus den Einen mehr und aus anderen eben weniger.

Das meiste Budget wird nun mal hauptsächlich von Schauspielstars und Regisseuren gefressen. Hinzu kommen noch teure Kameramänner/frauen viele verschieden und weit von einander entfernte Drehort oder eben aufwendig und detail getreu nach- oder hergestellte Kulissen und nachträglich eingefügte Special-Effekte. Die ersten beiden Punkte gehören schon teilweise zum Marketingprogramm

und machen schon vor oder erst während der Produktion auf sich aufmerksam, wecken Interesse und sorgen für Gesprächsstoff. Darauf werde ich aber noch in Punkt 7 „Presse & Öffentlichkeitsarbeit“ zu sprechen kommen.

Eine Low-Budget-Produktion kann sich in jedem Fall so etwas im wahrsten Sinne des Wortes nicht leisten. Sie muss dementsprechend mit anderen Qualitäten glänzen.

Wenn man all diese kostspieligen Punkte weg lässt, bleibt einem für eine gute Geschichte und eine tolle Umsetzung jede Menge Geld. Man muss nur wissen wie und wo man sie am besten einsetzt um einen Film und eine Welt zu erschaffen die unserem Vorbild aus Hollywood, auch ohne ihre tollen Schauspieler, Kulissen und Effekte, problemlos das Wasser reichen kann.

Somit wäre Tarantinos Debütfilm auch ohne die Unterstützung seiner Freunde und Schauspielkollegen ein Erfolg geworden. Vielleicht nicht in diesem Ausmaß und der Qualität wie heute bekannt, hatte er trotzdem alles was ein guter Film benötigt.

3. Geschichte & Situation international

im Vergleich zu Deutschland

Der Kinomarktanteil deutscher Filmproduktionen ist seit dem Jahre 2002 von 11,9 % um mehr als das Doppelte auf 26,6 % im Jahre 2008 gestiegen.

Trotzdem ist der Umsatz in der gleichen Periode um über € 150 Mio. zurückgegangen, obwohl der Kartenpreis nur minimal und eigentlich gar nicht erwähnenswert gestiegen ist.¹¹

Über einen Zeitraum von 15 Jahren, hat sich die Häufigkeit der Kinobesuche so gut wie gar nicht verändert. Innerhalb dieser Jahre war jedoch eine ordentliche Steigerung festzustellen, die jetzt wieder auf den Ausgangspunkt der vor 15 Jahren stattgefundenen Anzahl gefallen ist.¹²

Eine Ausnahme bildet England. Es hat seit langem mit Abstand die höchste Exportquote im europäischen Kinomarkt. Liegt vermutlich daran, dass England und Amerika ein sehr gutes politisches Verhältnis führen und eine starke

¹¹ vgl. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3074/umfrage/entwicklung-des-kinomarktanteils-deutscher-filmproduktionen/>

¹² vgl. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/2194/umfrage/entwicklung-der-anzahl-der-kinobesucher-in-deutschland/>

Filmindustrie haben. Außerdem verbindet sie dieselbe Sprache und vereinfacht dadurch den In- und Export von Filmen, ohne den Aufwand sie zu untertiteln oder neu zu synchronisieren.¹³

Deutschland war schon immer eine Filmnation und das wird sich so schnell nicht ändern. In den letzten Jahren sind die Produktionen angestiegen, was an der Nachfrage und dem Angebot Studien und Ausbildungsplätzen lag. Ebenso wie Förderanstalten und engagierte junge Filmemacher haben die Statistiken nach oben treiben können.

4. Einfluss Low Budget auf Main Stream

¹³ vgl. <http://lumiere.obs.coe.int/web/sources/analyse.html>

Auch sehr teure Filme können unter Umständen ein sehr kleines Zielpublikum anvisieren, und sind als solche dann als klein zu bezeichnen. Deshalb ist es falsch zu glauben, Mainstream-Filme seien immer teure Produktionen. Mainstream wird oft als Gegenpol zu Low-Budget gesetzt. Ein Low-Budget-Film kann aber auch ein großes Publikum erreichen und dadurch zu einem Mainstream-Erfolg werden.

Wenn wir also von einer Größenordnung zwischen € 30.000 und € 3 Mio. Budget in Europa ausgehen (vgl. Punkt 2), dann befinden sich etwa 90 % aller produzierten Filme im so genannten Tight-Budget. Von den 90 % aller in Europa produzierten Filme, werden nur die wenigsten über die schwankende und magische Grenze von € 1.5 Mio. Low-Budget kommen.

Von denen wiederum, haben die meisten bestimmt ihren Weg an die Öffentlichkeit gefunden und wurden von einem Publikum betrachtet, welches in der Größenordnung die Grenze, mehr oder weniger, zum Mainstream-Erfolg durchbrach.

Also kann man doch mit gutem Gewissen behaupten, dass

jeder Zweite, wenn nicht noch mehr, zumindest im Fernsehen als Mainstream-Erfolg im Low-Budget-Bereich gefeiert wurden und dem Trend zufolge auch weiterhin wird. Ziel sollte es sein, dass diese unabhängigen kleinen Filme aus ihrer Nische heraustreten und von so vielen Menschen wie möglich gesehen werden.

Im Fernsehen ist das bereits zum Teil der Fall, aber im Kino tut man sich da noch sehr schwer. Wer im Gegensatz zum Fernsehen für jeden Film den er sehen möchte auch bezahlen muss, wird seine Entscheidung weise wählen und nicht jeden Tag oder Abend ins Kino gehen. Kino ist im Vergleich zu Fernsehen eine einmalige Sache und das nicht nur weil man dafür das Haus verlassen muss. Es ist für die meisten ein Besuch und zugleich ein Erlebnis, welches laut statista.com von 20 % auf ca. einmal im Monat begrenzt ist und nur 1 % geht regelmäßig einmal die Woche. Auf jeden Fall geht niemand mehrmals die Woche ins Kino laut dieser Statistik. Nichts desto trotz geht der Trend was die Besucherzahlen deutscher Produktionen betrifft stetig nach oben. 2008 haben so viele Menschen wie schon lange nicht

mehr Deutsche Filme im Kino bestaunt. Das lag bestimmt nicht nur an dem zahlreichen Angebot. Wir sprechen hier knapp von einem Drittel Kinomarktanteil.

Das Interesse an deutschen Filmen ob Kino oder Fernsehen bewegt sich nach oben und ist schon vergleichsweise zu vorherigen Jahren sehr Hoch.

Ein klares Zeichen für Mainstream-Produktionen, denn viele deutsche Filme im Kinobereich liegen nicht weit über der Low-Budget-Grenze und im Fernsehen hauptsächlich darunter.

Der Kinofilm „Free Rainer“ zum Beispiel, hatte nur ein Budget von ca. € 2,5 Mio. und eine überdurchschnittliche Spiellänge von 138 Minuten.

Hätte der Film eine durchschnittliche Länge von 90 min. wäre das Budget auch dementsprechend niedriger ausgefallen und würde im Bereich zwischen 1,5 und 2 Millionen Euro liegen, wenn nicht noch weniger.

Während in früheren Zeiten mit Low Budget nicht unbedingt ein cineastisches Highlight assoziiert wurde, tragen inzwischen, RTL 2 und Co sei Dank, sogar echte Fernseh-

produktionen das Prädikat Low-Budget.¹⁴

Der Fernsehspielfilm „Tsunami - Die Killerwelle“, ist mit unter das beste Beispiel für eine deutsche Produktion, die eben unter der Low-Budget-Grenze liegt. Trotzdem war dieser günstig produzierte Film nicht nur ein Erfolg in Deutschland, sondern auch in vielen anderen Ländern der Welt. Der Grund dafür ist folgender. Nach dem schrecklichen Unglück 2004 in Thailand, bei dem mehr als 230.000 Menschen dem Tsunami unterlagen, war der Film schon abgedreht und sollte demnächst im Fernsehen ausgestrahlt werden. Der Opfer und beteiligten zu Liebe, war das nicht gleich der Fall. Durch die spätere Ausstrahlung und Aktualität wurde er zu einem internationalen Erfolg.

Wenn wir uns also vor Augen halten, dass Film nur ein Produkt ist wie jedes andere auch, mit einem etwas komplexerem Prozess von der Herstellung bis zum Vertrieb, braucht es auch wie jedes andere Produkt eine entsprechende Vermarktung. Wenn man also alle zur Verfügung

¹⁴ vgl. <http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>

stehenden Marketinginstrumente ausnutzt und richtig anwendet kann ein gutes Produkt, trotz Low-Budget, zu einem Mainstream-Erfolg werden.

5. Die Rolle von Filmfestivals

„Der europäische Festival-Kalender ist umfangreich.“¹⁵

„Sie sind ein wesentlicher Bestandteil der Präsentation des Produktes und dienen der Kontaktaufnahme mit potentiellen Käufern.“¹⁶

Das wichtigste haben wir also schon mal vorweg genommen. Filmfestivals ob groß oder klein, gibt es in den verschiedensten Bereichen und Jahreszeiten in ganz Europa. Die Teilnahme ist jedoch nicht immer unentgeltlich, sondern meist relativ teuer. Sie sollte aber als also eine Art Investition in die zukünftige Karriere angesehen werden.

Da es eben die verschiedensten Arten von Festivals gibt, sollte man sich genau überlegen und planen wo und eventuell wann, man sein fertiges Produkt platzieren möchte, um den höchst möglichen Erfolg oder meiste Aufmerksamkeit zu erzielen. Nicht überhastet handeln, nur weil der Film schon fertig ist und man sich schnellst möglich in die Öffentlichkeit stürzen möchte um stolz sein Produkt zu präsentieren. Auch das sollte nämlich gut überdacht werden.

¹⁵ Das zweite Kino Seite 110

¹⁶ Low-Budget-Filme Seite 93

Genauso wie eine gewisse Zielsetzung auch von belang ist wie beispielsweise:“ Was will ich mit meinem Film erreichen? Soll der Film Käuferinteresse wecken oder soll einfach nur Interesse und Hauptaugenmerk auf einen selbst fallen?“

Wie, wo und wann, egal welches Produkt man platzieren möchte, ist mit unter, einer der letzten Schritte des Filmemachers und bestimmt nicht weniger bedeutend. Ausschlaggebend sind letztendlich die Qualität des Films und der Zeitpunkt der Veröffentlichung.

„Festivalteilnahme ist als imagebildende Publicity zu verstehen.“¹⁷

Mit der entsprechenden Vorbereitung und Planung wird das Image, auch wenn noch keines besteht, nicht darunter zu leiden haben. Man sollte es auf jeden Fall vermeiden nach der Anmeldung, Teilnahme und Zahlung der Gebühren, den unfertigen Film trotzdem abzugeben, nur weil der Abgabetermin erreicht wurde. Ausschließlich wenn man sich mit seinem Projekt identifizieren kann und dahinter steht, egal was kommen mag, kann man es auch allen anderen mit Stolz und Sicherheit vorführen.

¹⁷ Low-Budget-Filme Seite 96

„Das Projekt Onefest - Die One-Stop-Schnittstelle zwischen Filmschaffenden und Filmfestivals von Luca Zama. Dabei soll eine innovative Online-Datenbank junge Filmschaffende angesichts der unübersichtlichen internationalen Festival-landschaft bei der weltweiten Planung und Teilnahme an Filmfestivals unterstützen. Dadurch sollen der Festivalerfolg und die internationale Wahrnehmung deutscher Filmkunst gefördert werden.“¹⁸

Filmfestivals und Wettbewerbe gibt es also genügend, national sowie international. Sie erleben seit einigen Jahren schon einen regere Boom. Das kommt nicht von ungefähr. Die Nachfrage der vielen Amateure und Neulinge im Bereich Film ist weiter gestiegen. Das Internet bietet zudem eine einfache Plattform um es anderen Interessierten vorzuführen. So hat es nicht lange gedauert, diese in einem Wettstreit gegeneinander antreten zu lassen.

6. Film als Kunstobjekt

1. Genre & Zielgruppe

¹⁸ <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Pressemitteilungen/BPA/2008/12/2008-12-10-bkm-innovationspreis-film.html>

Das Genre und seine eigentliche Bedeutung in Verbindung zur Zielgruppe. „Was ist das eigentlich für ein neuer Film mit Al Pacino? Ein Drama, nein danke, mag ich nicht!“

Die erste Hürde um den potentiellen Zuschauer abzuholen, die es erst einmal zu bewältigen gilt. Das Genre wird von vornherein festgelegt und schließt somit auch eine gewisse Zielgruppe ein und alle anderen aus. Der Typ des Films, ob puristisch oder in Verbindung mit anderen Typen, um eventuell noch eine Grauzone an Zuschauern für sich zu gewinnen und eine andere, aber kleinere am anderen Ende, der gerade noch hineinpasst, zu verlieren. Dieser Teil der Überlegung tendiert schon in Richtung Kalkulation und wird im nächsten Punkt etwas genauer ausgeführt.

Da es aber, nach der Idee, der erste Punkt vor dem hauptsächlichlichen Schreiben ist, sollte er dementsprechend auch besondere Rücksicht und Beachtung finden.

Im Low-Budget Bereich ist es sinnvoller ein Genre und die dazugehörige Zielgruppe entsprechend groß und allgemein zu halten, um so viele Menschen wie möglich anzusprechen. Sicherlich kann man eine kleinere aber dafür finanzstärkere

Gruppe in Erwägung ziehen, wie für eine Nischenproduktion, jedoch können dann die Budgetverhandlungen mit Produzenten umso schwieriger ausfallen, wenn der Autor sich noch keinen Namen gemacht hat oder ein ähnliches Produkt vorweisen kann.

Letztendlich bezeichnet das Genre grob die filmtypische Richtung und Handlung. Es dient den Zuschauern als eine Art Wegweiser wenn sie durch die Fernsehzeitung blättern oder im Kinoprogramm schauen und nähern sich somit immer mehr ihrem Geschmack. Denn nur weil da jetzt der Lieblingsschauspieler mitmacht, muss der Film nicht gleich gut sein, oder besser, einem gefallen. Deshalb ist die Wahl des Genres ein ausschlaggebender Punkt und vor allem der Erste Schritt in Richtung Planung des Projekts und Festlegung der Zielgruppe, die letztendlich dieses Vorhaben Rückfinanzieren soll.

2. Drehbuch & Kalkulation

„Der Autor ist der Priester des Unsichtbaren.“

Das Drehbuch und seine Tücken des freien Schreibens. Denn die spätere Kalkulation oder das Budget, sofern schon bekannt, lassen dem Autor nicht sonderlich viel Spielraum für abenteuerliche oder ausgefallene Filme. Genauso wenig wie für aufwendige Kamerafahrten und ständige Drehortwechsel von Miami über Moskau nach Tokio und weiter über die Weltkugel zurück nach Florida.

Mit dem Wissen, dass man eine Filmproduktion mit wenig Kosten und großem Effekt erzielen will und in den Fußstapfen eines nicht gerade weltbekannten Autors und vielleicht sogar Regisseurs steckt, liegt viel in der Kunst der Improvisation. Die Fantasie ist eine Sache, Kreativität die andere. Selbstverständlich muss weder die eine noch die andere unter den geringen Kosten leiden, man muss eben nur wissen wie. Die Kunst eine aufregende und kostspielige Geschichte zu schreiben ist nicht sonderlich schwer, sie zu verkaufen oder einen Sponsor und Partner zu finden umso mehr. Also fängt man eben klein an, gezwungenermaßen.

Man setzt sein Hauptaugenmerk auf Handlung, Wende-

¹⁹ Schritt für Schritt zum erfolgreichen Drehbuch 1998, 27

punkte, Charaktere, Stil und Dialoge, nicht zu vergessen auf die ganze Dramaturgie des Geschehens.

Ein hohes Budget kann dazu verleiten, alles bis aufs letzte auszunutzen und eben die gerade genannten elementaren Dinge zu vernachlässigen.

Es gibt jede menge Bücher, die uns vorschreiben wie ein Drehbuch aufgebaut werden soll, nach wie vielen Minuten der erste Plot kommen sollte und welche Emotionale Reise der Held im mittleren II Akt erleben muss um eine erfolgreiches Drehbuch zu entwerfen und es verkaufen zu können.²⁰

Selbstverständlich hat das alles irgendwo seine Richtigkeit, aber man sollte sich nicht penibel an solche Muster und Strukturen halten, sondern neue und vor allem eigenen einfließen lassen.

Die goldenen Regeln des Drehbuchschreibens und film-dramaturgische Grundstrukturen helfen uns einzig und allein

²⁰ vgl. Syd Field – Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film

das Handwerk Drehbuch zu verstehen und sollen uns lediglich als eine Art Leitfaden dienen und nicht als Raster und Vorlage um es mit Ideen und Geschichten auszufüllen.

„Sie müssen vor allem davon ausgehen, dass der Autor ein schlichtes Gemüt hat. Er ist kein Genie, kein großer Denker, kein großartiger Philosoph. Er ein Geschichtenerzähler.“

Erskine Caldwell²¹

Als angehender Autor sollte man an den Anfang zurückkehren, als der Film noch nicht das war was er heute ist. Als Kino noch Stumm war und nur mit Musik unterlegt wurde.. Als man gelegentlich mitlesen musste, weil es auch Dinge gab die man nicht immer durch bewegte Bilder zeigen konnte. Also den Aufbau und den Vorgang analysieren. Hier sollte man als Low-Budget Drehbuchschreiber ansetzen. Eine Geschichte die sich allein durch bewegte Bilder erzählt und nicht ständig alles gesagt wird wie im Fernsehen, als wäre man in einem bebilderten Hörbuch. Das ist der Unterschied zu Kino. Dialoge und/oder Monologe schreiben sich nach Ausarbeitung der Story und deren Charakter von alleine und füllen durch unseren heutigen Stand der Technik

²¹ Schritt für Schritt zum erfolgreichen Drehbuch 1998, 27

die damaligen Leseпаusen aus. Umgekehrt schreibt man automatisch für das Fernsehen. Somit sollte man als angehender Autor erst einmal sicherstellen für wenn man schreiben möchte, bevor man sich in die Materie stürzt.

Als Anfänger macht es so wieso kaum einen Unterschied, weil man eben nicht die Wahl hat. Gute Dialoge können aber auch zu einem Statussymbol werden, wenn man Quentin Tarantino heißt. Ein Versuch es ihm nachzuahmen, wird jedoch meistens als billiger Abklatsch oder mangels eigener Kreativität und deshalb als unbrauchbar verachtet.

„Charakter und Gedanke werden durch einen übermäßig brillanten Stil nur verschleiert.“

Aristoteles²²

Das wichtigste an jedem Drehbuch ist und bleibt die Geschichte die es zu erzählen gilt. Jede gute Geschichte die verfilmt wurde, kann man meistens in zwei bis drei Sätzen erzählen.

Die Geschichte eines kubanischen Ex-Sträfling und Einwanderers nach Amerika, basierend auf dem Aufstieg von Al Capone. In der Welt der Gangsterbanden und des

²² Schritt für Schritt zum Erfolgreichen Drehbuch 1998, 159

Kokainhandels zeigt es die Auswirkung von Drogen und den Fall des mächtigen Gangsterbosses.

(Scarface 1983)

Hinzu kommt noch in welches Genre man die Geschichte verpacken möchte. Wie aufwendig sie letztendlich gedreht wird, hängt wiederum von den Produzenten ab.

Der Kern ist ausschlaggebend, alles andere wird sich zeigen. Wenn man erstmal angefangen hat nach der Story an den Charakteren zu arbeiten und den zwischenmenschlichen Konflikten sowie der Dramaturgie, kommt der Rest wie von allein.

„Drama ist >>Nachahmung von Handlung<<. Der Rest ist >>Jammer und Schauder<<

Aristoteles²³

Damit wäre die Hauptarbeit, also das wesentlich, getan und die Kosten belaufen sich erst einmal gegen Null. Wie viel noch drum herum passieren soll, wo es spielen sollte und

²³ Stoff – von Idee zum Drehbuch 2005, 16

die Anzahl der Drehtage, sind Beispiele für kostenintensive Punkte die man beim schreiben so gering wie möglich halten kann, um die Story vom Papier auf die Leinwand umsetzen zu können.

„Die erste Fassung ist immer Scheiße.“

Ernest Hemingway²⁴

Bei der Berücksichtigung dieser Punkte hält man als Autor schon beim Schreiben die zu entstehenden Kosten im Zaum und verschafft sich selber einen Überblick, auf die Erfolgsaussichten und den Aufwand im Vergleich zum Budget, das es später noch auszuhandeln gilt.

Drehbuchautoren entscheiden sich nicht für einen Stoff, sie finden ihn.²⁵

3. Team & Technik

„Kein Film ohne Team, auch wenn Sie es nicht oder kaum bezahlen können. Gegen die Arbeitsbedingungen am Set mancher Low-Budget-Produktion erscheint selbst das Leben schottischer Minenarbeiter Ende des 19. Jahrhunderts wie ein langer

²⁴ Schritt für Schritt zum Erfolgreichen Drehbuch 1998, 19

²⁵ vgl. Stoff – Von der Idee zum Drehbuch Seite 23

Sanatoriumsaufenthalt. Aber das Seltsame ist: All die Beleuchter, Requisiteurinnen, Gaffer, Assistenten und Fahrer quälen sich auch noch gerne und brennen für Ihren Film. Deshalb vergessen Sie Ihr Team nicht, wenn Sie Erfolg haben und im Blitzgewitter über den roten Teppich schreiten.“

Dieter Kosslick²⁶

Vor allem in diesem Low-Budget-Bereich, wenn es den Beteiligten eben nicht um das Gehalt geht, weil es vermutlich keines oder nur provisorisch welches gibt, schmelzen die Mitglieder einer solchen Produktion sehr schnell zusammen und werden zu einer großen Familie mit einem großen Ziel. Das Ziel des Verantwortlichen sollte es sein, seine Schäfchen friedlich, zufrieden und gemeinsam durch das anstrengende und dunkle Tal der Dreharbeiten zu geleiten.

Koordination und ein reibungsloser Ablauf, sowie die sorgfältige Verwendung der Technik sind das A und O, wenn man in dem Geschäft bleiben will und es nicht der letzte Film sein sollte.

Der erste Eindruck ist stets der wichtigste, wie auch in allen

²⁶ Low-Budget-Filme 2006, 10

anderen Lebensbereichen auch. Deshalb sollte hierbei nichts dem Zufall überlassen werden. Ein gutes, kreatives und arbeitsfähiges Team zu finden ist nicht sonderlich schwer, es jedoch zu behalten umso mehr.

Diese Branche von Film und Fernsehen ist wie eine große Familie und neigt leider dazu, ein Faux pas, nicht so schnell zu vergessen.

4. Entschluss & Engagement

Ob man will oder nicht, bleibt Film ein Geschäft. Um ein Geschäft aufzubauen, zu führen oder zu machen muss man auch die erforderlichen Kenntnisse besitzen, oder eben

jemanden haben der sich damit auskennt. Kreativität und Entschlossenheit reichen noch lange nicht aus um ein Gutes Produkt bundesweit an den Endverbraucher zu bringen. Hier liegt nämlich auch das Problem. Erstens, weiß der Konsument nichts davon, kann er es auch nicht konsumieren und zweitens, muss er es sich holen und nicht umgekehrt.

Der Entschluss und das notwendige Engagement sind der Antrieb einer jeden Filmproduktion und gehen Hand in Hand durch das Projekt.

Einen Film zu drehen oder zu produzieren kann im Grunde jeder, der sich mit dem Thema beschäftigt oder einfach nur gerne ins Kino geht. Und wer tut das nicht gerne? Somit ist jeder in der Lage einen guten Film zu erschaffen. Jedoch sind nur die Wenigsten bereit, Schweiß und Herzblut dafür herzugeben und den Film als Medium sowie Sprache, Ausdruck und Erzählweise zu leben.

„Für einen guten Film braucht man nur ein hübsches Mädchen und ein Pistole.“

Jean-Luc Godard²⁷

²⁷ Zukunft Kino 2008, 105

Diese Passion, die aus Liebe und Leid besteht, folgt einem durch den Alltag auf Schritt und Tritt. Das einzige Hobby, welches man eigentlich kontinuierlich ausüben kann. Wenn man nicht die Grenze zwischen Realität und Fiktion überschreitet, wird der Film und das Leben zu einem großen Spiel und mit der umgebenden Welt zu einem Spielplatz für neue Ideen und Geschichten, die man erfährt, erlebt oder irgendwie mitbekommt und man sie anschließend unbedingt anderen auf eine eigene künstlerische Art und Weise, zeigen und erzählen möchte.

Wer dass Filmen liebt, offen der Welt gegenüber steht, Geschichten und Erzählungen mag, egal ob von anderen Menschen oder der eigenen Fantasie entsprungen und sich dem Filme machen hingibt, wird früher oder später selbst zum Film, mit seiner eigenen Person als Hauptdarsteller.

7. Presse & Öffentlichkeitsarbeit

1. Werbemittel

Ohne Werbung kein Produkt. In unserer heutigen Zeit gibt es enorm viele Wege und Möglichkeiten um ein Produkt

anzupreisen, zu werben und anzukündigen. Im Gegensatz zu früher ist das definitiv ein sehr großer Vorteil. Vor allem im Low-Budget-Bereich, wenn das vorhandene Geld bis aufs letzte aufgebraucht und verplant wird.

Die Werbemittel sowie ihre Möglichkeiten sind nicht gerade kostspielig. Ob Flyer, Plakate, Internetseiten, youtube.de und so weiter, sind meist unentgeltlich oder nur mit etwas Aufwand verbunden. So lange es aber kein oder nur wenig Geld kostet ist für einen Low-Budget-Produzenten oder Filmemacher jeder Aufwand recht.

Dieser Überschuss an Werbemitteln kann einem aber auch zum Verhängnis werden. Durch den Überfluss werden potentielle Interessenten nicht oder nur sehr schwer erreicht, weil die einfachen Werbemethoden in der Vielzahl der anderen Angebote einfach untergehen. Andererseits werden damit neue Möglichkeiten der eigenen Kreativität gefordert. So innovativ wie das eigene Produkt sein sollte, sollte auch die Werbung neu und innovativ gestaltet werden. Wenn man sich beispielsweise mit Redakteuren vor oder während der Produktion in Verbindung setzt, kann man nach

Fertigstellung mit einem kurzen Artikel in der lokalen Presse rechnen. Dafür muss aber auch schon eine Spielstelle und ein Datum feststehen.

Somit kommen wir zum nächsten Punkt. Wenn man die Veröffentlichung nicht unbedingt über ein Filmfestival starten möchte, hat man immer noch genügend Möglichkeiten um sein Werk vorzuführen. Besonders geeignet dafür sind kommunale Kinos, Jugendhäuser, Filmvereine und eventuell sogar Videotheken. Alle aufgezählten Spielstellen sind zugleich eine Werbeform an sich, müssen aber auch beworben werden. Diese Stellen, die vom Film leben, oder einfach nur Filmliebhaber sind, werden vor der Vorführung und von selbst indirekt dafür werben. Allein schon wenn sie darüber mit anderen reden und ihnen davon erzählen. Wenn das geschehen ist, geht von den meisten selbst wieder eine mündliche Werbung hervor, wenn das Filmprojekt ankam.

„Hinter dem Stichwort >>Öffentlichkeitsarbeit<< steht natürlich auch der Begriff >>Werbung<<. Und damit ist auch die traditionelle Form der Werbung angesprochen.“²⁸

²⁸ Das Zweite Kino Seite 155

Man sollte also nicht auf die alten und bewährten Methoden der Werbung verzichten. Sie sind zwar zum Teil sehr kostspielig, bringen aber die meiste Aufmerksamkeit und den gewünschten Erfolg.

Bewährte Werbemittel

<u>Rang</u>	<u>Werbemittel</u>	<u>Gewichtsanteil</u>
1.	Plakate	239
2.	Programm	141
3.	Handzettel	135
4.	Redaktionelle Veröffentlichung	81
5.	Anzeigen	59

(Rangreihe der eingesetzten Werbemittel, gewichtet nach der prozentualen Häufigkeit der Nennungen von 920 Spielstellen) ²⁹

2. Veröffentlichung

„Marketing begleitet das ganze Filmvorhaben.

Marketing is targeting! Allgemein formuliert befasst sich Marketing mit allen Aspekten der Strategie für den Absatz von Produkten und Dienstleistungen. Marketing bedeutet Planung,

²⁹ Das Zweite Kino Seite 158

Koordination und Kontrolle.“³⁰

Es gibt nichts was es nicht gibt. In der Sprache des Marketing heißt es so viel wie, es gibt nichts was man nicht kennt! Die Veröffentlichung steht zwar ganz vorne, ist aber mit den Werbemitteln gleichzusetzen. Keines von beiden kann ohne das andere existieren. Die Werbung führt schließlich zur Veröffentlichung. Wie auch schon bei den Werbemitteln angeschnitten sind gewisse Faktoren zu beachten, die den fertigen Film angehen. Fragen müssen gestellt und beantwortet werden.

- Welchen Inhalt hat mein Film?
- Welches Thema behandelt er?
- Was ist meine Zielgruppe?
- Wo und wann positioniere ich mein Produkt?

Der Zufall ist weitestgehend kalkulierbar und lässt sich größtenteils umgehen, wenn man genügend Vorarbeit geleistet hat und bezüglich der Fragen eine gewisse Marketingstrategie entworfen hat.

Somit kommen auch ähnliche Fragen auf wie bei dem schon

³⁰ Low-Budget-Filme Seite 24

aufgeführten Punkt: Die Rolle von Filmfestivals

- Wurde eine ähnliche Thematik in letzter Zeit verwendet?
- Ist das Thema reiner Fernsehstoff?
- Würde mein Film national oder sogar international Interesse wecken?
- Hebt mein Projekt Alleinstellungsmerkmale hervor?
- Was will ich mit der Veröffentlichung erreichen?

„Das Internet bietet eine schnelle, gute und kostengünstige Möglichkeit, Ihren Film bereits in einem frühen Stadium der Öffentlichkeit zu präsentieren.“³¹

Wie, wann und wo man sein Projekt der Öffentlichkeit zeigt, liegt an der Art des Projektes selbst und Marketingidee.

8. Beispiele für Überraschungserfolge

Was führt zum Erfolg und wie kann man einen erfolgreichen Film drehen? Dafür gibt es kein Erfolgsrezept und wird es auch nie geben. Beispiele für Überraschungserfolge gibt es

³¹ Low-Budget-Filme 2006, 87

aber jede Menge, vor allem im Low-Budget Bereich.

Der Erfolg lässt sich am besten definieren, indem man einfach die Einnahmen von den Herstellungskosten subtrahiert. Der übrig bleibende Gewinn kann somit anhand seiner Höhe als erfolgreich oder weniger erfolgreich gedeutet werden. Erfolgreich muss aber nicht gleichbedeutend mit brilliant, wertvoll gar künstlerisch sein.

Siehe „Transformers“ oder „Krieg der Welten“. Beide Kinofilme zusammen spielten knapp \$ 1,3 Mrd. bei einem Budget von ca. \$ 300.000.000.

Erfolgreich aber nicht gerade weltbewegend.

„Der erfolgreichste Independent-Film aller Zeiten läuft nun auch endlich in Deutschland an. Der pseudo-dokumentarische Horrorfilm „Blair Witch Project“ kostete 35.000 Dollar, spielte aber allein in den USA 142 Millionen ein. Das Erfolgsrezept: Authentizität.“³²

Blair Witch Projekt hat den damaligen Rekordhalter „Mad Max“ aus dem Guinness-Buch der Rekorde abgelöst. Die Umsatzrentabilität ist überraschend groß und tatsächlich rekordverdächtig, doch der erfolgreichste Independent-Film aller Zeiten, wie Filmstarts.de behauptet, ist er jedoch nicht.

³² <http://www.filmstarts.de/kritiken/35592-Blair-Witch-Project.html>

Ungeschlagen ist und bleibt jedoch der vergessene US-amerikanische Pornofilm „Deep Throat (1972)“. Mit Produktionskosten von gerade mal \$ 25.000 und einem geschätzten Umsatz von damaligen \$ 600.000.000 Mio. die absolute Nummer 1 der Weltrangliste, wenn es um die Umsatzrentabilität geht.

9. Analyse der Erfolgskriterien

Blair Witch Projekt ist ein innovativer Doku-Horror-Film, den es in dieser Form vorher noch nicht zu sehen gab. Verbunden wurde er mit einer ausgeklügelten Vermarktungsstrategie. Diese bestand größtenteils aus einer

absichtlich irreführender Information. Als Webpräsenz wurde im Internet ein als Tatsachenbericht getarnte Geschichte gestellt, die zu einer Diskussion über diesen Film führte, bevor er in den Kinos überhaupt anlief.

Grund dafür war, dass die Geschichte so ausführlich und scheinbar tatsachengetreu geschildert wurde, dass niemand genau sagen konnte ob es sich um einen Spielfilm handelt oder um eine echte Dokumentation.

Sogar die Sage über die Hexe von Blair und fiktive Interviews mit den Familienmitgliedern und Bekannten der Verschwundenen wurden dargestellt und machten die Täuschung perfekt.³³

Diese Low-Budget-Produktion wurde demnach ein absoluter Erfolg und Kassenschlager. Die Produktionskosten beliefen sich gerade mal auf \$ 60.000 die hauptsächlich für beide Kameras und die Reise zu den Drehorten verwendet wurden. Weltweit spielte dieser „Independent-Film“ über \$ 248 Mio. ein.

³³ vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Blair_Witch_Project

Ideale Marketingstrategie und perfekte Umsetzung. Bei dem Film Tsunami, war es einfach nur Zufall, dass eine Riesenwelle so viele Menschen, darunter auch deutsche, das Leben kostete und lange Zeit in den Nachrichten blieb.

Nicht anders erging es Robert Rodriguez, der mit seinem Film „El Mariachi“ und der überzeugenden Story und filmischen Auflösung auf sich Aufmerksam machte. Es folgte der Zweite Teil „Desperado“ und schließlich der Dritte „Irgendwann in Mexiko“, die bekannteren beiden Teile. Nach seinem Debütfilm, standen Rodriguez alle Türen in Hollywood offen.

Genauso wie Christopher Nolan, der seinen ersten Film „Following“ über einen längeren Zeitraum mit Freunden am Wochenende gedreht und mit einer außergewöhnlichen Idee, die er in ein gutes Drehbuch umsetzte, Aufsehen erregte hatte.

Demgegenüber steht und stand natürlich eine sehr große Auswahl an Filmen und jungen Filmemachern, die aus gu-

tem Grund niemand gesehen hat oder kennt. Trotzdem sehen wir anhand der Beispiele, dass Ehrgeiz und eine gute Idee nicht lange im Untergrund verweilen kann. Wenn Mann oder Frau, Potenzial oder Talent hat, es mit Disziplin verfolgt, wird er oder sie letztendlich davon profitieren können.

10. Tipps & Tricks

1. Allgemein

Ein Kinofilmbild lebt im Vergleich zum Fernsehbild von der Tiefenwirkung, wie bekanntlich jeder Amateur weiß. Vorne hell und klar, hinten erscheinen wiederum die Motive

diffuser. Außerdem lebt ein guter Film auch vom äußeren Schein, der Show und der Illusion. Kamerafahrten allein, lassen den Film schon hochwertig erscheinen, nehmen jedoch eine Menge Zeit in Anspruch. Dadurch sieht er nicht nur teuer aus, sondern wird es auch, da Zeit bekanntlich Geld ist.

Diese bewegten Aufnahmen können problemlos mit statischen Aufnahmen gemischt und geschnitten werden, ohne das es den Zuschauer irritiert.

Die beste und vorerst einmalige Investition hierfür, wäre die so genannte SteadyCam. Auf Deutsch besser bekannt als Schwebestativ oder gedämpfte Handkamera. Man kann es sich kaufen oder ausleihen. Ganz egal wie man es anstellt, die SteadyCam bietet einer Low-Budget-Produktion die Möglichkeit statische Bilder mit bewegten zu vermischen und somit auch seinen eigenen Stil mit hinein fließen zu lassen. Wie jedes Instrument oder Gerät, bedarf es an Übung und Ausdauer. Wenn man es erst einmal präzise und gekonnt einsetzen kann, wird man nicht nur merken was für schöne Fahrten und Schwenks man damit machen kann,

sondern auch, dass die erschwingliche Investition sich vollkommen ausbezahlt hat. Jedoch sollte man nicht in den Wahn verfallen, alles auf einmal damit ab zu filmen. Fahrten nehmen das Tempo aus dem Film und können ihn unnötig in die Länge ziehen, oder langweilig machen. Deshalb sollte eine gute Mischung aus beiden Möglichkeiten beibehalten werden und die Erzählung durch den Schnitt verlaufen.

Man könnte auch einen Dolly benutzen, doch das ist meistens sehr teuer, ob im Einkauf oder Verleih. Hierfür sowie für die SteadyCam, gibt es im Internet für Bastler und Handwerker genügend Anleitungen um sich selber das entsprechend Filmwerkzeug zu bauen.³⁴³⁵³⁶

Kommen wir zu Nächsten Punkt der oben schon kurz angeschnitten wurde, den eigenen Stil. Man könnte auch von dem ersten Eindruck reden.

Behält man beispielsweise ein gewisses Verhältnis zwischen Haupt- und Aufhelllicht konstant im Film bei, kann man schon von einer Richtung zu seinen eigenen Filmstil reden.

³⁴ www.ssontech.com/content/LinearDolly.pdf

³⁵ www.sebastian-fischer.org/selbstgebaute-billige-steadycam.html

³⁶ www.steadycam.org

Das Beleuchtungsverhältnis ist zwar sehr aufwendig, aber auch enorm wichtig und kann die Aussage des Films beeinflussen. Selbstverständlich birgt auch dieser Teil gewisse Gefahren. Bei der akribischen Ausleuchtung, wird die gesamte Produktion in die Länge gezogen. Nach jedem Take müssen wieder Stellproben gemacht werden, die Schauspieler verlieren zunehmend an Elan und Routine schleicht sich ein. Somit könnte der Film insgesamt ruhiger ausfallen als geplant, hat aber einen professionellen Look und beinhaltet den eigenen Stil.

Hingegen kleine, schnelle und aktiv gedrehte Filmchen nur so vor Energie strotzen. Auch hier sollte eine gute Mischung und Balance individuell für das Vorhaben erstellt werden.

Der Kontrast und die Lichtsetzung, kann auch zum Beispiel nur die Aussage bestimmter und wichtiger Szenen unterstützen oder unterstreichen, wenn es durchgehend zu aufwendig sein sollte.

Mittlerweile wird sogar die Farbkomposition von Tages- und Kunstlicht als interessant empfunden und öffnet somit ein neues und noch zu ergründendes Gebiet, welches dem

Filmmacher viel Spielraum in Sachen Stil und Farbgestaltung bietet.

Somit kommen wir zur Technik. Mini DV Kassetten sollte man als Anfänger auf keinen Fall unterschätzen. Die Qualität der Aufzeichnung ist schon sehr gut und steigt weiter an. Mit einer Semi-Profi-Kamera aus der untersten Schublade der Kategorie; kann man sogar unter € 1.000 auf HD Mini-DV Kassetten die höchstmögliche Auflösung für dieses Format erreichen. Das ist ja schon mal nicht schlecht, aber es gibt noch eine Steigerung. Diese günstig aufgenommene Bildqualität lässt sich heutzutage auf eine Digital Betacam-Kassette umkopieren. Digibeta ist das meist genutzte Speichermedium in der Fernsehbranche. Das besondere hierbei ist, dass man keinerlei Qualitätsverlust erleiden muss. Die Auflösung von Mini-DV ist nämlich so gut, dass der Endverbraucher weder auf dem Fernseher noch auf der Großbildleinwand einen Unterschied merkt.

Die Technik in der Postproduktion ist auch soweit fortgeschritten, dass es fast schon spielerisch einfach ist

einen Film zu schneiden und zu bearbeiten. Diese Ebene bietet Anfängern auch die Möglichkeit sich aus zu toben und neue Dinge aus zu probieren.

Die moderne Technik, in Verbindung mit einem kreativen Kopf, kann zu einer Innovation auf dem Gebiet Low-Budget führen.

2. Technische Innovation am Beispiel der EOS 5D

Mark II

„Sie ist die zweite Spiegelreflexkamera, die Filmsequenzen aufnehmen kann, jedoch die erste, die dies in voller HDTV-Auflösung 1080p bewerkstelligt.“ ³⁷

Sie ist also das jüngste Modell einer so genannten Vollformat Digital Spiegelreflexkamera mit Bildsensor in Kleinbildfilm-Größe. Mit anderen Worten, eine ausgezeichnete Fotokamera mit der man auch und vor allem Filme mit einer sehr guten Bildqualität drehen kann.

Wer wünscht sich nicht einen Look erschaffen zu können,

³⁷ [Http://de.wikipedia.org/wiki/EOS_5D_Mark_II](http://de.wikipedia.org/wiki/EOS_5D_Mark_II)

wie es nur eine Fotokamera, bzw. eine Spiegelreflexkamera erzeugen kann. Andererseits kann das in bewegten Bildern nur Hollywood und Co. so gut. Ein Kinolook ohne großen Aufwand, ob mit oder ohne Tiefenwirkung ist gar kein Problem mehr. Sie ist klein, leicht und handlich. Somit sind auch Schwenks und Fahrten erheblich einfacher. So viele Vorteile und Möglichkeiten in einem Gerät und das für einen mehr als nur erschwinglichen Preis von ca. € 2.500.

Diese Kamera bringt leider auch einige Nachteile mit sich. Sie hat beispielsweise keine Anschlussmöglichkeit für ein externes Mikrofon und eignet sich somit nur für Bildaufnahmen. Auch die Scharfstellung erfolgt ausschließlich manuell. Außerdem zeichnet sie Full-HD-Videos nur in 30 Bilder pro Sekunde auf, was nicht der Norm von 25 entspricht. Zu guter Letzt, hat sie nur einen geringen Speicher von 5 bis 12 min. und lässt sich nicht so einfach und ohne geringen Qualitätsverlust auf ein anderes Medium kopieren.³⁸

Sie ist aber definitiv der Vorreiter für weitere, bessere und noch einfachere Modelle dieser Art. Mit ihrem geplanten

³⁸ vgl. http://www.digitalkamera.de/Testbericht/Canon_EOS_5D_Mark_II/5463.aspx

Nachfolger wird man die zurzeit bestehenden Fehler ausmerzen und so weit verbessern, dass es jungen Filmemachern neue Möglichkeiten geben wird Film und Fernsehen zu revolutionieren.

3. Weitere Innovationen

Im Jahr 2005 bekamen zwei Männer, Frank Wurster und Jürgen Killenberger den deutschen Innovationspreis für ihr Projekt „MOVIetube System“.

„Das System kombiniert günstige Mini-DV-Technik mit höherwertigem Filmzubehör und senkt damit erheblich die Herstellungskosten. Durch das Adapter-System lassen sich Objektive, Schärfenzieher und ähnliches Equipment aus der 35mm-Welt auch mit kleinen digitalen Kameras nutzen. Die Aufnahmen nähern sich so in ihrer Stimmung und Qualität dem großen Film an - und bleiben mit ihren Kosten trotzdem in der günstigen Welt der digitalen Bilder. Mit einem solchen System eröffnen sich neue Möglichkeiten: In der Übung und Ausbildung, aber auch im Bereich der Low-Budget-Produktionen.“³⁹

Sogar die analoge Filmtechnik überrascht mit Innovationen.

³⁹ <http://www.deutscher-kurzfilmpreis.de/Webs/DKFP/Content/Pressemitteilungen/20051103-kulturstaatsministerin-weiss-hat-preise-fuer-herausragende-innovationen-auf-dem-gebiet-des-filmwesens-vergeben.html>

Etablierte Filmschaffende setzen immer noch auf 16 oder 35 mm. So ist es auch nicht verwunderlich das Kodak für seine neuste Entwicklung den Technik-Oscar erhalten hat. Es handelt sich um den Farb-Negativfilm.

„Die so genannte Vision2-Filmplattform stellt einen Durchbruch betreffend Filmgeschwindigkeit, Lichtempfindlichkeit, Korn und Schärfe und dadurch Bildqualität dar. Auf der Berlinale präsentierte Kodak außerdem den "Vision3 500T-Negativfilm", eine Film-Emulsion mit noch dünneren Schichten. Hauptargument für den Analogfilm ist seine Lagersicherheit. Die begrenzte Lebensdauer von Festplatten kann bisher mit der Haltbarkeit von Celluloid nicht mithalten.“⁴⁰

Der totgesagt analog Film wird seine Forschung weiter ausbauen und sich vom digital Film nicht so einfach geschlagen geben.

„Paradoxerweise fördert die analoge Technik gleichzeitig die digitale. Die elektronische Bearbeitungskette verlangt eine immer höhere Eingangsqualität, da bei digitaler Projektion im Kino sichtlich bessere Qualität möglich ist als bei 35-Millimeter-Massenkopien.“⁴¹

In den Bereichen Bearbeitung, Distribution und Abspiel ist

⁴⁰ <http://www.inside-digital.de/news/8805.html>

⁴¹ <http://www.inside-digital.de/news/8805.html>

der Digitalfilm seinem analogen Vorgänger bereits überlegen. Doch der Urvater aller Filme wird sich nicht ohne weiteres ergeben. Das Duell zwischen digital und analog wird viele weitere Innovationen hervorbringen um neue Filmschaffende und bereits etablierte für sich zu gewinnen oder halten zu können. Alle Filmschaffenden werden von dem Konkurrenzkampf profitieren, wenn sie es nicht bereits tun.

11. Vom No-Name ins Rampenlicht

Der große Traum eines jeden Filmemachers mit seinem ersten Projekt in die Öffentlichkeit zu rutschen, in aller Munde zu sein und anschließend zwischen verschiedenen Aufträgen sich das Beste oder meist bezahlte aussuchen zu dürfen.

Leider bleibt dieser Traum den meisten verwehrt und tritt

erst viel später, wenn überhaupt auf. Wie jeder andere Künstler auch, der noch am Anfang steht und ein Startloch zu finden versucht, weiß meistens nicht ob seine Kunst sei es Musik, Malerei oder Film wirklich gut ist und Dritten gefällt.

Aus diesem Grunde sollte man sich als ernsthaft angehender Filmmacher und Künstler so viele andere Meinungen wie nur möglich einholen. Nicht nur aus dem engsten Freundeskreis, sondern auch von verschiedensten Menschen, auch wenn man sie sonderlich gut leiden oder nichts auf Ihre Meinung legt, könnten sie irgendwann aus unerklärlichen Gründen einen selbst durch Kauf oder Konsum des Produktes finanzieren. Selbstverständlich sollte man sich auch nicht von schlechten Kritiken verunsichern lassen, wenn man sich mit seinem Produkt identifizieren kann. Kritik egal in welcher Richtung auch immer sie gehen mag, sollte stets als Positiv aufgefasst werden. Denn nichts ist schlimmer als keine Meinung zu bekommen.

Sie ist auf jeden Fall sehr förderlich und kann vielerlei gutes bewirken, bis man eines Tages selber abschätzen kann, was das Publikum zur Zeit sehen will und auf was besonders viel

Wert gelegt wird.

Das Hauptkriterium bei dem Versuch von Null auf Hundert durch zu starten ist das Thema an sich und dessen Aktualität.

Mit welchen Themen beschäftigt sich die Gesellschaft zurzeit? Wie lassen sich diese Themen im Rahmen von einer profitablen Low-Budget-Produktion erzählen?

Das birgt aber auch Gefahren, denn was heute aktuell ist kann schon morgen wieder vergessen sein, weil etwas anderes in diesen Status gerückt ist. Das Problem hierbei ist nämlich, dass die Gesellschaft dazu neigt, Vorkommnisse relativ schnell zu vergessen, wenn sie nicht in regelmäßigen Abständen wiederholt und aufgegriffen werden.

Das soll aber keineswegs abschreckend wirken, denn auch Film ist ein Medium, dass Probleme aufgreifen kann und sie dem Publikum auf seine Art und Weise deutlich macht. Außerdem bleiben größere aktuelle Geschehen auch dementsprechend länger im Hinterkopf und erfreuen sich

auch umso mehr an filmischen Beispielen, die sie zeigen und benennen. Trotzdem wird man sich damit schwer tun, einen aktuellen Film zu drehen, der auch noch bei der Ausstrahlung aktuell ist, weil das Zeitfenster ungewiss klein ist.

Auf jeden Fall ist der große Sprung mit mehr Problemen belastet als mit dem Thema. Von einem neuen Künstler erwartet man auch was Neues und innovatives, bezüglich dessen was er uns zeigen und erzählen möchte. Ausschlaggebend sind hierbei die Faktoren Stil und Erzählweise.

Eine eigene Handschrift sollte irgendwie zu erkennen sein. Dient als eine Art Unterschrift und beeinflusst den Wiedererkennungswert weiterer Produktionen.

Wenn das Ziel, der Versuch ist, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu wecken, sollten alle Ideen und Kräfte auch darauf konzentriert werden und keinerlei Mühen gescheut werden. Es gibt nur den einen Versuch, also sollte man sich erstmal nichts in der Hinterhand aufbewahren für den weiteren Werdegang. Denn wenn es nicht beim ersten Mal

klappen sollte, wird man nie mit genauer Sicherheit sagen können, ob es vielleicht an dem einen Stück gelegen hat, was man vielleicht nicht dafür verschwenden wollte. Somit hat man nicht alles versucht und nicht jede, einem zur Verfügung stehende Möglichkeit, genutzt um sein Ziel zu erreichen.

Wenn man ein Ziel vor Augen hat, dass man um jeden Preis erreichen möchte, sollte man auch jeden Preis dafür zahlen.

12. Fazit

Nach Jahrhunderten technischer und ästhetischer Entwicklung, wird Film als ein Medium der Innovation, nicht in seiner Länge definiert. Der Film ist so vielfältig wie das ganze Kino. Deshalb sind Kurzfilme nicht weniger bedeutend als uns heute bekannte 90 min Langfilme. Er wird auch nicht

in seinem Ausmaß an Budget für Spezial-Effekte oder Darsteller definiert.

Was ist Kino und Film? Ein abtauchen in eine andere Welt? Das sich treiben lassen in neue und unbekannte Sphären und menschliche Abgründe?

Ja, definitiv. Es ist wie ein Erlebnispark, den man zu Hause oder eben im Kino genießen kann. In Gefühlswelten abtauchen, einen Adrenalinkick bekommen, sich vor Freude krümmen oder anfangen Dinge aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Wir lernen aus guten Filmen. Bewusst oder unbewusst. Kulturen, Sprache, Verständnis, Berufung, Einstellung, Parallelen zum eigenen Dasein, sind nur wenige von unzähligen Lerneffekten die uns Kino und Film schon seit Jahren zeigt und beibringt. Deshalb kommt es nicht immer auf das Budget an und übertrieben viele Effekte, die von dem Kern abweichen und unser Denkvermögen auf Stand-by stellen. Visuelle Eindrücke sind keineswegs schlecht oder unbrauchbar. Sie sind aber in diesem Sinn, wenn sie weitestgehend die zu erzählende Geschichte verschleiern und die Standsäulen des Films bilden, einfach weniger von Nutzen.

- Augen auf, Hirn aus -

Zum Glück trifft das nur auf wenige Produktionen zu und so gut wie gar nicht auf den Bereich der Kurzfilme. Das liegt aber auch daran, weil dieser Bereich eine ökonomische Unabhängigkeit genießt und jegliche Gestaltungsfreiheit allein dem Künstler überlässt.

Diese Freiheit im Kino- und Fernsehbereich wäre eine große Bereicherung für jedermann.

13. Literaturverzeichnis

Bücher

Field, Syd: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, List - Journalistische Praxis, 7. Auflage 1992

Herrmann, Ulrich: Stoff – Von der Idee zum Drehbuch Verlag der Autoren, Frankfurt am Main 2005

- Keane, Christopher: Schritt für Schritt zum erfolgreichen Drehbuch – Deutsche Erstausgabe 2004 Autorenhaus-Verlag
- Klock, Daniela (HG.): Zukunft Kino- The end of the reel world Schüren Verlag GmbH, Marburg 2008
- Kracauer, Siegfried: Theorie des Films – Die Errettung der äußeren Wirklichkeit, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1964
- Kurz Sibylle, Esther van Messel, Björn Koll: Low-Budget-Filme – Marketing und Vertrieb optimieren UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2006
- McKee, Robert: Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens Alexander Verlag Berlin, Vierte Auflage 2007
- Roloff, Bernhard und Seeßlen, Georg: Das Zweite Kino – Handbuch für die nichtgewerbliche Filmarbeit von Horst Schäfer - unter Beteiligung von Atlas Film + AV, Duisburg 1980
- Sauerland, Frank: Hollywood für Sparfüchse – Digitales Filmen (Taschenbuch), Uvk Verlags GmbH, 1. Auflage 2004

Videografie

- Deep Throat – 1972 USA von Gerard Damiano
- Desperado – 1995 Mexiko/USA von Robert Rodriguez
- Die zwölf Geschworenen – 1957 USA von Sidney Lumet
- El Mariachi – 1992 Mexiko/USA von Robert Rodriguez

Fluch der Karibik 3 – 2007 USA von Gore Verbinsky
Following – 1998 Vereinigtes Königreich von Christopher Nolan
Free Rainer - Dein Fernseher lügt – 2007 von
Deutschland/Österreich Hans Weingartner
Irgendwo in Mexiko – 2003 Mexiko/USA von Robert Rodriguez
Krieg der Welten – 2005 USA von Steven Spielberg
Lola rennt – 1998 Deutschland von Tom Tykwer
Superman Returns 2006 USA/Australien von Bryan Singer
Reservoir Dogs – 1992 USA von Quentin Tarantino
Scarface – 1983 USA von Brian de Palma
Terminator 2 Tag der Abrechnung – 1991 USA von James Cameron
The Blair Witch Projekt – 1999 USA von Daniel Myrick und
Eduard Sánchez
Titanic – 1997 USA von James Cameron
Transformers – 2007 USA von Michael Bay

Internetquellen

<http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>
<http://www.imdb.com/title/tt0105236/trivia>
<http://www.amertin.de/aufsatz/2002/lola.htm>
http://www.movie-college.de/filmschule/produktion/no_budget.htm
<http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>

<http://www.insidekino.de/TOPoderFLOP/TOPBudgetAllTime.-htm>

<http://www.imdb.de/title/tt0050083/business>

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3074/umfrage/entwicklung-des-kinomarktanteils-deutscher-filmproduktionen/>

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/2194/umfrage/entwicklung-der-anzahl-der-kinobesucher-in-deutschland/>

<http://lumiere.obs.coe.int/web/sources/analyse.html>

<http://www.megativ.de/nepp/budget.htm>

<http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Pressemitteilungen/BPA/2008/12/2008-12-10-bkm-innovationspreis-film.-html>

<http://www.filmstarts.de/kritiken/35592-Blair-Witch-Project.-html>

http://de.wikipedia.org/wiki/Blair_Witch_Project

<http://www.ssontech.com/content/LinearDolly.pdf>

<http://www.sebastian-fischer.org/selbstgebaute-billige-steadycam.html>

www.steadycam.org

[Http://de.wikipedia.org/wiki/EOS_5D_Mark_II](http://de.wikipedia.org/wiki/EOS_5D_Mark_II)

http://www.digitalkamera.de/Testbericht/Canon_EOS_5D_Mark_II/5463.aspx

<http://www.deutscher-kurzfilmpreis.de/Webs/DKFP/Content/Pressemitteilungen/20051103-kulturstaatsministerin-weiss-hat-preise-fuer-herausragende-innovationen-auf-dem-gebiet-des-filmwesens-vergeben.html>

<http://www.inside-digital.de/news/8805.html>

Erklärung zur selbstständigen Anfertigung

Hiermit erkläre ich, Martin Frey, geboren am 19.10.1983 in Nikolai/Pleß, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stuttgart, 28.09.2009

Unterschrift